

ABSTRACT

Article to describe how to develop a strategic flexibility as company responses and strategy in facing the government regulation of Standard Euro 2. Article also discussed the new product development concept based on market perspective. Research analysis was a descriptive statistic with a simple random sampling from a number of populations. The result describes that the government regulation of Standard Euro2 is supported and positively responses by industry and market. In spite of this, strategic flexibility is an approach to reach industry competitive advantage in term of product development strategy.

Keywords: *strategic flexibility, competitiveness, standard euro 2, product*

ABSTRAK

Artikel membahas bagaimana strategic flexibility dikembangkan perusahaan sebagai respons strategis terhadap kebijakan pemerintah terkait adanya regulasi Standard Euro 2. Tujuan penelitian untuk mengetahui bentuk respons strategis perusahaan dalam pengembangan produk baru berdasarkan perspektif pasar. Penelitian menggunakan metode descriptive statistic dan metode sample, simple random sampling terhadap pengguna kendaraan (mobil) merek isuzu. Pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner dan teknik wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar memberikan respons positif terhadap indikator pengembangan produk baru yang sesuai standar regulasi pemerintah sekaligus juga memberikan masukan kepada perusahaan sebagai langkah inovatif dalam pengembangan produk baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi pemerintah mengenai Standard Euro2 mendapat dukungan dan respon positif baik oleh industri maupun oleh konsumen. Hal tersebut dilakukan dengan membangun strategic flexibility dalam pengembangan produk baru untuk mendukung keunggulan kompetitif.

Kata Kunci: *strategic flexibility, daya saing, standard euro 2, produk*